

■ Columna de opinión

Ideas para evitar pagar de más cuando se construye, por el arquitecto Rodolfo Livingston.

■ Por los barrios

Pompeya abre la posibilidad para saltar de inquilino a propietario.

MODERNOS Y SIMPLES

Los muebles modernos también pueden ser de estilo, aunque no necesariamente remitan a diseños tradicionales o históricos. Las exigencias de la demanda encuentran respuesta en equipamientos que toman en cuenta la idiosincrasia del comprador, pero también la concepción en boga en los países de avanzada en la materia.



■ Uno de los barrios más baratos de la Capital.

UNA PUERTA ABIERTA EN POMPEYA

De inquilino a propietario

Por sus bajos precios, este barrio del sur porteño abre las posibilidades para acceder a la vivienda propia.

m² Por Claudio Zlotnik

Pompeya es uno de los barrios más baratos de la Capital. En un departamento, por cada metro cuadrado se pagan entre 600 y 700 dólares, y 1000 cuando se trata de casas. Según comentan las inmobiliarias de la zona, gente de otros barrios ve a Pompeya como la oportunidad de pasar de ser inquilino a propietario de una vivienda.

"Se está dando el fenómeno inverso al de diez años atrás. Antes, la gente que progresaba económicamente dejaba Pompeya para mudarse a zonas céntricas, como Almagro, Caballito o Boedo. Ahora, en cambio, desde esos barrios recibimos a gente que tiene problemas de empleo y busca en Pompeya valores más bajos. También hay mucha gente que encuentra en este barrio la posibilidad de ser propietario de un inmueble gracias a que hay valores muy accesibles", contó a este suplemento Argentino Nicolaso, titular de Bravo Propiedades.

La crisis económica frenó la expansión inmobiliaria en Pompeya. Hasta que se profundizó la recesión, en el barrio se venían construyendo viviendas, especialmente dúplex. Pero el parate económico cortó los proyectos. Rosa Mingrone es dueña de la inmobiliaria homónima, con 37 años de experiencia en la zona. "Acá vive gente de escasos recursos, la que más sufre el desempleo. Con la inmobiliaria, en los últimos años tuvimos a nuestro cargo la construcción de varios edificios. Pero ahora se construye poco y nada, a pesar de que los valores han ido bajando", explicó a **m2** la comerciante. La mayor oferta de viviendas son las de dos y tres ambientes.

Otro signo de la crisis: en el área conocida como Espora existen monoblocks de viviendas, muy solicitados una década atrás. "Ahora no tenemos compradores. La crisis económica y la falta de seguridad nos están jugando en contra", aseguró Nicolaso.

Pompeya es básicamente una zona de casas, aunque se levantan edificios sobre las avenidas Sáenz, La Plata y Almafuerte, por ejemplo. Justamente, las viviendas de la avenida Almafuerte son las más requeridas por el público. Como sucede en otras zonas de la Capital donde en el pasado existían pequeños talleres industriales, también en Pompeya abundan los galpones desocupados, espacios que aguardan por inversores para que se hagan nuevas construcciones. "Aunque los precios son bajos, los costos de construcción en el barrio son altos ya que, por lo blando de la tierra, las constructoras están obligadas a poner pilotes antes de empezar a trabajar", apuntaron en Migrone.

Cotizaciones de Pompeya

VENTAS	
Un ambiente	$ 18.000 a 23.000
Dos ambientes	$ 24.000 a 28.000
Tres ambientes	$ 30.000 a 40.000
ALQUILERES	
Un ambiente	$ 220 a 240
Dos ambientes	$ 270 a 300
Tres ambientes	$ 350 a 400

Fuentes: Inmobiliaria Mingrone y Bravo Propiedades.

PROPUESTAS N

Soluc

Las líneas simples se im de amoblamiento. Los m de estilo. Una amplia ga

m² Por Miguel Angel Fuks

Los muebles pueden ser "de estilo", aunque no sean tradicionales, ni tengan sus referencias en diseños del pasado. "En los últimos años prevalecieron los de líneas simples, que responden a una tendencia minimalista, despojada de volutas, que los hace parecer como 'planchados' –comentan los arquitectos Ana Laura Birencwajg y Alejandro Sticotti, de Net–. Ahora comienzan a notarse cambios, que una vez resueltos permitirán encarar la producción".

La apertura de la economía facilitó las importaciones. "Las de Vivendi provienen de Italia, España, Dinamarca y Alemania –dice Adrián Basgdall, a cargo del marketing–. A las impuestas en maderas de haya y cerezo, últimamente se agregaron las realizaciones en wengé, más oscura, que responde más a un diseño de reminiscencias orientales concebido en Dinamarca, de líneas netas, muy simples y despojadas".

Net se dedica a muebles para viviendas desde hace una década, con fabricación propia en San Isidro, provincia de Buenos Aires. Al principio, a través de estudios de arquitectura y en los últimos cuatro años también con un local a la calle. Incursiona en equipamientos para estudios de arquitectura y diseño, y cinematográficos, por ejemplo, con mesas de trabajo "que no se parecen en nada a las habituales para oficinas". Birencwajg y Sticotti se dedican, por otra parte, a instalaciones integrales de locales comerciales, junto con diversos gremios, aplicando criterios específicos para cada marca, como la imagen lograda para presentar la indumentaria de Paula Cahen D'Anvers.

Vivendi actúa en el ramo desde hace ocho años y tiene decidido seguir importando, sin dejar de tercerizar en el país algunas piezas, como las tapas de mesas especiales. En sus tres locales vende los muebles para livings, dormitorios, "home offices" y otros ámbitos, de acuerdo con los conceptos antes señalados. Basgdall destaca, asimismo, cuánto se avanzó en el aprovechamiento de determinados materiales, apropiadamente combinados, e inclusive en las terminaciones.

Parte de la producción de Net se hace en serie, lo que se insiste en que no constituye una limitación, para lo cual señalan los veinte modelos de bibliotecas. Tampoco faltan los muebles "a medida". "Quienes llegan a Net buscan diseño y asesoramiento acerca de qué conviene hacer en un ambiente –publicitan ante *m2*–. Nosotros ayudamos a resolver cada problema planteado, sugiriendo los elementos que mejor resuelven el espacio y las funciones requeridas".

■ **Elementos:**
"Se toma en cuenta la idiosincrasia del cliente, pero también concepciones de países que marchan a la avanzada".



■ Uno de los barrios más baratos de la Capital.

m² Por Claudio Zlotnik

UNA PUERTA ABIERTA EN POMPEYA

De inquilino a propietario

Por sus bajos precios, este barrio del sur porteño abre las posibilidades para acceder a la vivienda propia.

Pompeya es uno de los barrios más baratos de la Capital. En un departamento, por cada metro cuadrado se pagan entre 600 y 700 dólares, y 1000 cuando se trata de casas. Según comentan las inmobiliarias de la zona, gente de otros barrios ve a Pompeya como la oportunidad de pasar de ser inquilino a propietario de una vivienda.

"Se está dando el fenómeno inverso al de diez años atrás. Antes, la gente que progresaba económicamente dejaba Pompeya para mudarse a zonas céntricas, como Almagro, Caballito o Boedo. Ahora, en cambio, desde esos barrios recibimos a gente que tiene problemas de empleo y busca en Pompeya valores más bajos. También hay mucha gente que encuentra en este barrio la posibilidad de ser propietario de un inmueble gracias a que hay valores muy accesibles", contó a este suplemento Argentino Nicolaso, titular de Bravo Propiedades.

La crisis económica frenó la expansión inmobiliaria en Pompeya. Hasta que se profundizó la recesión, en el barrio se venían construyendo viviendas, especialmente dúplex. Pero el parate económico cortó los proyectos. Rosa Mingrone es dueña de la inmobiliaria homónima, con 37 años de experiencia en la zona. "Acá vive gente de escasos recursos, la que más sufre el desempleo. Con la inmobiliaria, en los últimos años tuvimos a nuestro cargo la construcción de varios edificios. Pero ahora se construye poco y nada, a pesar de que los valores han ido bajando", explicó a **m2** la comerciante. La mayor oferta de viviendas son las de dos y tres ambientes.

Otro signo de la crisis: en el área conocida como Espora existen monoblocks de viviendas, muy solicitados una década atrás. "Ahora no tenemos compradores. La crisis económica y la falta de seguridad nos están jugando en contra", aseguró Nicolaso.

Pompeya es básicamente una zona de casas, aunque se levantan edificios sobre las avenidas Sáenz, La Plata y Almafuerte, por ejemplo. Justamente, las viviendas de la avenida Almafuerte son las más requeridas por el público. Como sucede en otras zonas de la Capital donde en el pasado existían pequeños talleres industriales, también en Pompeya abundan los galpones desocupados, espacios que aguardan por inversores para que se hagan nuevas construcciones. "Aunque los precios son bajos, los costos de construcción en el barrio son altos ya que, por lo blando de la tierra, las constructoras están obligadas a poner pilotes antes de empezar a trabajar", apuntaron en Migrone.

Cotizaciones de Pompeya

VENTAS	
Un ambiente	$ 18.000 a 23.000
Dos ambientes	$ 24.000 a 28.000
Tres ambientes	$ 30.000 a 40.000
ALQUILERES	
Un ambiente	$ 220 a 240
Dos ambientes	$ 270 a 300
Tres ambientes	$ 350 a 400

Fuentes: Inmobiliaria Mingrone y Bravo Propiedades.

m² Por Miguel Angel Fuks

PROPUESTAS NACIONALES E IMPORTADAS PARA EL MOMENTO DE ELEGIR LOS MUEBLES

Soluciones simples y modernas

Las líneas simples se imponen en las nuevas tendencias de amoblamiento. Los muebles modernos también pueden ser de estilo. Una amplia gama de oferta nacional e importada.

Los muebles pueden ser "de estilo", aunque no sean tradicionales, ni tengan sus referencias en diseños del pasado. "En los últimos años prevalecieron los de líneas simples, que responden a una tendencia minimalista, despojada de volutas, que los hace parecer como 'planchados' –comentan los arquitectos Ana Laura Birencwajg y Alejandro Sticotti, de Net–. Ahora comienzan a notarse cambios, que una vez resueltos permitirán encarar la producción".

La apertura de la economía facilitó las importaciones. "Las de Vivendi provienen de Italia, España, Dinamarca y Alemania –dice Adrián Basgdall, a cargo del marketing–. A las impuestas en maderas de haya y cerezo, últimamente se agregaron las realizaciones en wengé, más oscura, que responde más a un diseño de reminiscencias orientales concebido en Dinamarca, de líneas netas, muy simples y despojadas".

Net se dedica a muebles para viviendas desde hace una década, con fabricación propia en San Isidro, provincia de Buenos Aires. Al principio, a través de estudios de arquitectura y en los últimos cuatro años también con un local a la calle. Incursiona en equipamientos para estudios de arquitectura y diseño, y cinematográficos, por ejemplo, con mesas de trabajo "que no se parecen en nada a las habituales para oficinas". Birencwajg y Sticotti se dedican, por otra parte, a instalaciones integrales de locales comerciales, junto con diversos gremios, aplicando criterios específicos para cada marca, como la imagen lograda para presentar la indumentaria de Paula Cahen D'Anvers.

Vivendi actúa en el ramo desde hace ocho años y tiene decidido seguir importando, sin dejar de tercerizar en el país algunas piezas, como las tapas de mesas especiales. En sus tres locales vende los muebles para livings, dormitorios, "home offices" y otros ámbitos, de acuerdo con los conceptos antes señalados. Basgdall destaca, asimismo, cuánto se avanzó en el aprovechamiento de determinados materiales, apropiadamente combinados, e inclusive en las terminaciones.

Parte de la producción de Net se hace en serie, lo que se insiste en que no constituye una limitación, para lo cual señalan los veinte modelos de bibliotecas. Tampoco faltan los muebles "a medida". "Quienes llegan a Net buscan diseño y asesoramiento acerca de qué conviene hacer en un ambiente –publicitan ante *m2*–. Nosotros ayudamos a resolver cada problema planteado, sugiriendo los elementos que mejor resuelven el espacio y las funciones requeridas".

> **Elementos:**
> ***"Se toma en cuenta la idiosincrasia del cliente, pero también concepciones de países que marchan a la avanzada".***

Prefieren no incursionar en cocinas, baños y placares, por tratarse de especialidades para las cuales existe una poderosa oferta, y concentrarse en todo el resto: estar, comedor y dormitorios. En todos los casos, procuran encontrar alternativas que tienen en cuenta la idiosincrasia y necesidades de los potenciales clientes locales, pero basándose también en concepciones aplicadas en países que marchan a la avanzada en materia de amoblamientos.

La división Contract de Vivendi se ocupa de los requerimientos de hoteles, locales destinados a la gastronomía y propuestas especiales para empresas. "Las tendencias están bastante mezcladas, de acuerdo con las exigencias que se plantean –afirma Basgdall–. Con el auge de locales con alguna identificación especial, como los bares temáticos, no prevalece ninguna, ni siquiera un material sobre otro". De cualquier manera, se está comprobando cierta predilección por el aluminio anodizado y hasta el PVC, por sus posibilidades de cumplir con determinados requisitos. En esos casos, deben poder usarse en interiores y exteriores, ya que la durabilidad es una de las tantas exigencias a cumplir. Por supuesto, las sillas deben poder apilarse.

"Los emprendimientos de estas características apelan a la simplicidad, sin demasiadas estridencias, y deben permitir eventuales recambios, sin exigir inversiones adicionales significativas", argumenta el citado directivo.

■ "Líneas netas, muy simples y despojadas".



■ Una solución para cada necesidad: livings, "home offices" y otras.

COMO "ENCONTRARLE LA VUELTA" A UN AÑO COMPLICADO

Rebajas de precios y financiación

Primero, surge la necesidad; después, sobreviene la elección, y, finalmente, la compra, decisión siempre supeditada al precio y las condiciones de pago. A veces, dicho orden varía. El "presupuesto disponible" se erige como un factor esencial desde el primer momento. "El precio incide mucho y este año más que nunca –advierte la arquitecta Ana Laura Birencwajg–. Más allá de lo que indudablemente constituye una 'exigencia histórica', la gente sabe diferenciar, no acepta cualquier cosa."

En Net, por ejemplo, evitan las imitaciones. "Los clientes comprueban que entregamos muebles de madera-madera, conforme a lo prometido, en espesores que superan a los habitualmente utilizados." ¿Nunca recurren a aglomerados?, consultó **m2**. "En ocasiones, pero lo hacemos saber, y siempre enchapados en madera", aclaró la entrevistada.

"Vivendi se dirige a un 'target' ABC1, o sea a un sector de la población bastante amplio y con buen poder adquisitivo –advierte Adrián Basgdall, responsable de marketing–. Nuestra filosofía es aportar un buen diseño y calidad, a precios accesibles." Coincide en que "éste es un año demasiado complicado, con una recesión que afectó a casi todas las actividades, por lo que fue preciso 'buscarle la vuelta'. Mantuvimos cierto nivel de ventas por la financiación ofrecida –aunque permanentemente la hubo– y las significativas rebajas de diversos artículos".

Para muebles de una línea similar, en Net aseguran tener "mejores precios", especialmente cuando se trata de los denominados "grandes". De cualquier manera, Birencwajg explica que "por las características de la producción, no es posible ofrecerla a precios muy bajos".

CIONALES E IMPORTADAS PARA EL MOMENTO DE ELEGIR LOS MUEBLES

iones simples y modernas

ponen en las nuevas tendencias uebles modernos también pueden ser na de oferta nacional e importada.



■ Una solución para cada necesidad: livings, "home offices" y otras.

Prefieren no incursionar en coci-as, baños y placares, por tratarse e especialidades para las cuales xiste una poderosa oferta, y con-entrarse en todo el resto: estar, co-nedor y dormitorios. En todos los asos, procuran encontrar alterna-vas que tienen en cuenta la idio-incrasia y necesidades de los otenciales clientes locales, ero basándose también en oncepciones aplicadas en aíses que marchan a la vanzada en materia de moblamientos.

La división Contract de Vivendi se ocupa de los re-uerimientos de hoteles, ocales destinados a la astronomía y propues-as especiales para em-resas. "Las tendencias stán bastante mezcla-as, de acuerdo con las exigencias ue se plantean –afirma Basgdall–. Con el auge de locales con alguna dentificación especial, como los ares temáticos, no prevalece nin-una, ni siquiera un material sobre tro". De cualquier manera, se es-á comprobando cierta predilección or el aluminio anodizado y hasta el PVC, por sus posibilida-des de cumplir con determinados requisitos. En esos casos, deben poder usarse en interiores y exteriores, ya que la du-rabilidad es una de las tantas exi-gencias a cumplir. Por supuesto, las sillas deben poder apilarse.

■ "Líneas netas, muy simples y despojadas".

"Los emprendimientos de estas características apelan a la simplici-dad, sin demasiadas estridencias, y deben permitir eventuales recam-bios, sin exigir inversiones adicio-nales significativas", argumenta el citado directivo.



COMO "ENCONTRARLE LA VUELTA" A UN AÑO COMPLICADO

Rebajas de precios y financiación

Primero, surge la necesidad; des-pués, sobreviene la elección, y, fi-nalmente, la compra, decisión siempre supeditada al precio y las condiciones de pago. A veces, di-cho orden varía. El "presupuesto disponible" se erige como un fac-tor esencial desde el primer mo-mento. "El precio incide mucho y este año más que nunca –advierte la arquitecta Ana Laura Birenc-wajg–. Más allá de lo que induda-blemente constituye una 'exigencia histórica', la gente sabe diferenciar, no acepta cualquier cosa."

En Net, por ejemplo, evitan las imitaciones. "Los clientes com-prueban que entregamos muebles de madera-madera, conforme a lo prometido, en espesores que supe-ran a los habitualmente utilizados." ¿Nunca recurren a aglomerados?, consultó **m2**. "En ocasiones, pero lo hacemos saber, y siempre encha-pados en madera", aclaró la entre-vistada.

"Vivendi se dirige a un 'target' ABC1, o sea a un sector de la po-blación bastante amplio y con buen poder adquisitivo –advierte Adrián Basgdall, responsable de marke-ting–. Nuestra filosofía es aportar un buen diseño y calidad, a precios accesibles." Coincide en que "éste es un año demasiado complicado, con una recesión que afectó a casi todas las actividades, por lo que fue preciso 'buscarle la vuelta'. Man-tuvimos cierto nivel de ventas por la financiación ofrecida –aunque permanentemente la hubo– y las significativas rebajas de diversos artículos".

Para muebles de una línea simi-lar, en Net aseguran tener "mejores precios", especialmente cuando se trata de los denominados "grandes". De cualquier manera, Birencwajg explica que "por las características de la producción, no es posible ofre-cerla a precios muy bajos".

CAL Y ARENA

Muestra

Dieciséis arquitectos expresarán, a través de sus obras, su visión sobre dos destacados colegas: Mario Roberto Alvarez y Clorindo Testa. Las realizaciones podrán ser vistas en la exposición titulada *Invariantes*, que será inaugurada el próximo lunes 30, a las 19.30, en la galería del 3er. piso de la FADU-UBA, en Ciudad Universitaria. Jorge Litwak, Mauro Bianucci, Juan Fontana, Rafael Iglesia y Sergio Forster son algunos de los participantes.

Ambiente

La Secretaría de Planeamiento Urbano del Gobierno de la Ciudad le encomendó a la Fundación Ambiente y Recursos Naturales el proyecto "Hacia la construcción de una región metropolitana sustentable", que tendrá una exposición pública el martes 31, de 19 a 20.30, en el Edificio Mapfre, Córdoba 1450, 1er. piso. El panel estará integrado, entre otros, por el titular de la citada secretaría, arquitecto Enrique García Espil, y el director ejecutivo de la fundación, el doctor Daniel Sabsay.

Maestría

El próximo martes 31, a las 19, se realizará una charla informativa sobre la Maestría en Diseño Arquitectónico Avanzado, por dictarse en la FADUUBA, a partir del 7 de setiembre. Los interesados podrán solicitar información en la Secretaría de Posgrado y Relaciones Institucionales, en Ciudad Universitaria, Pabellón III, 4º piso.

Inmobiliarias

La Cámara Inmobiliaria Argentina acaba de cumplir, el día 24, 19 años de vida. Como parte de su nueva proyección, se ha propuesto llegar al conjunto de la sociedad, ofreciendo asesoramiento gratuito al público en general, incluida la información sobre solvencia y antecedentes generales de empresas del rubro. Los datos se pueden solicitar en su sede, Independencia 944, Capital, o telefónicamente al 4300-2272 o 4307-9285.

CONSEJOS PARA NO PAGAR DE MAS CUANDO SE CONSTRUYE

Metros cuadrados o ideas redondas

El precio por metro cuadrado no es el único factor que determina el costo de una casa. A partir del proyecto, se puede lograr que la vivienda resulte más económica y aun más grande.

m² Por Arq. Rodolfo Livingston

"Su casa a tantos $ el metro cuadrado", es un anuncio que atrae a los clientes que desean, como es natural, gastar lo menos posible en la construcción de su vivienda, sobre todo en épocas de recesión como la que estamos pasando. Sin embargo, el precio por metro cuadrado no es el único factor que determina el costo de una casa. Es más, conviene prevenirse de la reducción de los costos por ese camino, porque "lo barato sale caro" es un aforismo que suele ser acertado. Una casa puede resultar más económica y aun más grande que otra, cuyo costo por metro cuadrado sea menor. ¿Cómo? A partir del proyecto.

Es frecuente encontrar paredes superfluas y pasillos oscuros aún en casas de campo, rodeadas de verde. A veces también las funciones se duplican y hasta se triplican innecesariamente –comedor diario, comedor y quincho, por ejemplo– tan sólo por no haber realizado de manera inteligente el interrogatorio al dueño de casa.

Funciones: ***"A veces las funciones se duplican innecesariamente, tan sólo por no haber realizado de manera inteligente el interrogatorio al dueño de casa".***

Los pedidos originales del cliente deben ser reelaborados por él con la conducción de su arquitecto. El baño para la pileta (para que los chicos no entren mojados a la casa) puede ser reemplazado por un "bañ-lav" (cruza de baño con lavadero y ducha exterior). Evitar paredes y espacios innecesarios permite reducir metros cuadrados y hacer más grandes los espacios realmente habitables. *Economía* (del griego "oikos", casa) quiere decir "distribuir con acierto", que no es lo mismo que construir *barato*.

¿De quién es el proyecto?

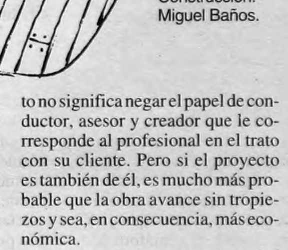
"No sabés las discusiones que tuve con mi arquitecto, pero al final me convenció", dicen los clientes con bastante frecuencia. Cuando las cosas empiezan así es probable que el propietario introduzca cambios durante la obra, que inevitablemente la retrasan, la complican y en consecuencia, la encarecen.

"Ahora que lo veo, me doy cuenta de que yo tenía razón, este ambiente es muy chico. Habría que *correr* esta pared, ganándole al patio aunque sea un metro", dice el cliente, quien finalmente impone su criterio. Pero como sabemos, las paredes no se pueden *correr* ni es posible *agrandar* las ventanas... Simplemente, hay que hacer todo de nuevo, demolición incluida.

¿Qué ha ocurrido en estos casos? En realidad, el arquitecto no había convencido a su cliente (convencer: vencer juntos). El proyecto quedó prendido con alfileres en la mente del cliente, quien, a veces por no seguir discutiendo, terminó por aceptarlo.

Un buen proyecto debe ser el resultado de la participación creativa, consciente y organizada entre cliente y arquitecto hasta el punto de que el producto final sea de ambos. Esto no significa negar el papel de conductor, asesor y creador que le corresponde al profesional en el trato con su cliente. Pero si el proyecto es también de él, es mucho más probable que la obra avance sin tropiezos y sea, en consecuencia, más económica.

Cómo se ve, la economía no depende tanto del precio por metro cuadrado, como del pensamiento inteligente y participativo antes de la obra. Pensar bien es lo más económico que hay.



■ Casa en Claromecó. Proyecto: R. Livingston. Construcción: Miguel Baños.